Comisión de Industria, Energía y Minería
Carpeta Nº 2035 de 2012 y 2342 de 2013

Versión Taquigráfica N° 1770 de 2013

REGISTRO NACIONAL DE INDUSTRIALIZADORES Y COMERCIALIZADORES DE COBRE

Creación
ver exposición

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Normas
ver exposición

Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 28 de 08 de 2013

(Sin corregir)

PRESIDE:	Señor Representante Carlos Varela Nestier.
MIEMBROS:	Señores Representantes Julio Battistoni, Felipe Carballo, Álvaro Delgado y Walter Verri.
DELEGADOS DE SECTOR:	Señores Representantes Nicolás Pereira, Iván Posada y Hermes Toledo Antúnez.
INVITADO:	Por la Universidad Católica "Dámaso Antonio Larrañaga", ingeniero Omar Paganini.

SEÑOR PRESIDENTE (Varela Nestier).- Habiendo número, está abierta la reunión.

Dese cuenta de los asuntos entrados.

(Se lee)

——Les informo que hemos recibido una nota de Apropit, firmada por Lucía Pérez, en representación de su Secretaría, a través de la cual se nos solicita que recibamos a una delegación de representantes del Consejo Directivo de Apropit, a efectos de referirse a la situación actual del PTI Cerro.

Si están de acuerdo, agendaremos la visita de esta delegación.

Tal como habíamos acordado, corresponde considerar el proyecto de ley contenido en la Carpeta 2035/12, "Registro Nacional de Industrializadores y Comercializadores de Cobre", que ya fue aprobado por la Cámara de Senadores y remitido posteriormente a nuestra Comisión. Hemos recibido opiniones al respecto, por lo que, si están de acuerdo, estaríamos en condiciones de elevar el proyecto al plenario.

Quiero dejar constancia -lo he conversado con mis compañeros de la bancada del Frente Amplio- de que si bien hemos recibido sugerencias de la Aduana con relación a algunas modificaciones, vamos a optar por votar el articulado tal como vino de la Cámara de Senadores, teniendo en cuenta que fue acompañada por todos los partidos políticos. Dada la urgencia de la aprobación de esta ley, y las consideraciones que hizo la Aduana -que valoramos- nos parece importante dar trámite a este proyecto cuanto antes.

SEÑOR DELGADO.- Como decía el señor Presidente, este proyecto fue aprobado en el Senado por todos los partidos políticos.

Este tema es viejo en la Comisión; data de la legislatura pasada. Todos compartimos el objetivo del proyecto, que es tratar de evitar la salida ilegal de cobre del país y, por ende, de disminuir su robo. Teníamos algunas dudas sobre las formas para evitarlo sin complicar el comercio legal del cobre; la idea no es trabar el comercio legal, sino tratar de impedir el comercio ilegal.

Reconozco que la Comisión hizo un trabajo concienzudo: citó a los representantes del Ministerio del Interior, de la Dirección Nacional de Aduanas, de la Dirección Nacional de Industrias y de la principal empresa exportadora, a fin de que todos dieran su opinión al respecto y se considerara si había que cambiar algunos de los artículos que habían sido aprobados en el Senado. La Dirección Nacional de Aduanas realizó algunas propuestas adicionales al proyecto. Es verdad que algunos de los planteos que se hicieron tienen cierta lógica. También es verdad que quizás el que plantea la Aduana no sea el único mecanismo de control para alcanzar el mismo objetivo que nos planteamos nosotros, sin menoscabar la función que tiene la Aduana al respecto. Debemos tener en cuenta que en la medida en que vayamos incorporando algunas etapas a las que ya están previstas en el Senado para la exportación de cobre, corremos el riesgo de generar trámites adicionales.

Por todo esto, en lo personal, compartiendo el espíritu de la Aduana, pero tratando de ser práctico, creo que lo mejor sería aprobar el proyecto tal como viene del Senado y, dentro de un tiempo prudencial, hacer una evaluación a fin de considerar si hay que hacer alguna modificación al respecto. Ya hemos procedido así en otros casos, por ejemplo, cuando consideramos el proyecto de ley sobre radioprotección, con respecto al cual tuvimos que tomar una decisión y acordamos hacer una evaluación posterior, lo cual me pareció muy lógico y acertado, en sintonía con la seriedad con la que trabajamos en la Comisión. Me parece que de esta manera estaríamos contemplando todas las partes y no generando algunos mecanismos adicionales que compliquen lo que hoy puede funcionar por la vía legal, obviamente, a prueba de que el proyecto sea efectivo en lo que queremos lograr, es decir, controlar la salida ilegal de cobre del país.

SEÑOR BATTISTONI.- Tengo una posición similar a la del señor Presidente en cuanto a que esto ha sido discutido durante mucho tiempo. Los problemas asociados al no control de la chatarra de cobre son enormes; hay una daño en la sociedad. Y como adelantó el señor Diputado Delgado, tenemos que decidirnos. En todo caso, si el proyecto de ley necesita algún tipo de modificación durante su puesta en práctica, lo veremos más adelante.

SEÑOR VERRI.- No creemos que sea de buena práctica legislativa pensar que puede haber algún artículo que no esté bien y que lo podemos modificar en el futuro. Nos parece que si hay dudas sobre la aplicación del artículo 5º, planteadas por la Dirección Nacional de Aduanas, no es bueno abrir un compás de espera después de aprobado el proyecto para ver si funciona o no. Deberíamos tratar que la ley saliera lo más ajustada posible.

Coincido con la sugerencia que hizo la Dirección Nacional de Aduanas. Por lo tanto, voy a votar el proyecto, con el que en general estoy de acuerdo, pero no el artículo 5º.

SEÑOR PRESIDENTE.- Si no se hace uso de la palabra, se va a votar si se pasa a la discusión particular.

(Se vota)

——Cinco por la afirmativa: AFIRMATIVA. Unanimidad.

En discusión particular.

SEÑOR BATTISTONI.- Sugiero que se voten todos los artículos en conjunto, desglosando el artículo 5º.

(Apoyados)

SEÑOR PRESIDENTE.- Si no se hace uso de la palabra, se va a votar del artículo 1º al 10, inclusive, desglosando el artículo 5º.

(Se vota)

——Cinco por la afirmativa: AFIRMATIVA. Unanimidad.

En discusión el artículo 5º.

Si no se hace uso de la palabra, se va a votar.

(Se vota)

——Cuatro en cinco: AFIRMATIVA.

Propongo como miembro informante el señor Diputado Carballo.

(Apoyados)

SEÑOR BATTISTONI.- Quiero dejar constancia de que estoy de acuerdo con lo expresado por el señor Diputado Verri.

En leyes en los que no hay una posición determinada no es de buena práctica dejar los artículos como están y ver luego qué pasa. Lo que me motivó a votar el artículo 5º tal cual vino del Senado fue que ya hemos recibido suficiente información y hemos dado un profundo tratamiento a esta iniciativa. De lo contrario, corremos el peligro de quedar en una situación de no resolución por mucho tiempo.

SEÑOR DELGADO.- Quizás no fui bien interpretado.

En otro proyecto de ley, con el cual teníamos algunas dudas, como ya se había logrado un avance legislativo en cuanto a incorporar información de los actores involucrados, todos compartíamos el mismo objetivo, y había que laudarlo de alguna forma, habíamos llegado a esta solución. Como en este tema y en otros, la práctica o la realidad es más fuerte. No es la primera vez que se votan leyes que tienen una intención, pero después en la práctica terminan no siendo efectivas. En este caso, tendrá que haber un período de prueba para hacer una evaluación. Propongo dejar previsto un tiempo prudencial de un año o de seis meses para hacer una evaluación.

SEÑOR PRESIDENTE.- En virtud de que no viene el invitado previsto para la hora 10, se pasa a intermedio hasta la hora 12.

—— Continúa la reunión.

(Ingresa a Sala el ingeniero Omar Paganini)

——Tenemos el gusto de recibir al ingeniero Omar Paganini, quien nos ayudará a analizar el proyecto de ley vinculado a los servicios de comunicación audiovisual.

SEÑOR PAGANINI.- Como punto de partida, mi reflexión es que se está constatando en el mercado de medios de comunicación de todo el mundo una gran irrupción de los medios digitales on- line. En el caso de las noticias, la gente usa cada vez más la forma on- line, que la tradicional. También los noticieros de televisión y de radio están sufriendo este problema. En el mercado de las noticias está bastante evolucionada su irrupción.

En los mercados de entretenimiento esta pasando lo mismo; el contenido de videos distribuido a demanda por los canales digitales on- line, es cada vez más importante. Se ha incrementado mucho la cantidad de horas que la gente mira videos on- line.

En consecuencia, se da un declive de la cantidad de horas que el público pasa frente a la televisión. Es un declive suave -la televisión todavía es la principal fuente de atención-, pero le sigue muy de cerca Internet. Además, se está dando el "multiscreen", la gente que ve dos o tres cosas al mismo tiempo.

De esto, en el proyecto no hay nada. Me pregunto si vale la pena tanto esfuerzo regulatorio en algo que está en declive.

Si hubiera que empezar a preocuparse por la comunicación on- line, habría que evitar algunas tentaciones. Todos los medios de comunicación tradicionales tienen lógicas naturales que los llevan a oligopolios. Naturalmente van a existir pocos medios para mucha gente. La estructura de los mercados es inevitablemente de pocos hacia muchos. ¿Por qué? Porque se requiere capital, redistribución, permisos, y todo eso hace que se produzcan concentraciones de emisores, sobre todo en los medios televisivos, vinculados a la economía de ese tipo de sectores. Esto lleva a la preocupación de la regulación.

En Internet no pasa lo mismo; se separa el vehículo del transportista: lo que se transfiere por Internet, está separado de quien lo transporta. Entonces, independientemente de la inversión de capital en permisos y demás, las restricciones para ser una red de telecomunicaciones siguen siendo importantes y, por lo tanto, los transportistas de datos continúan tendiendo a ser oligopólicos; o sea que las redes de telecomunicaciones son pocas. Sin embargo, los emisores de información y de contenidos son muchísimos, porque las barreras de ingreso para un productor de información son mucho menores. Esto es lo que ocurre con Internet: hay millones de generadores de información y millones de consumidores en contacto a través de un único medio. Eso es lo que hay que proteger para mantener la lógica separada entre el negocio oligopólico por naturaleza en la trasmisión de datos y el negocio de producir contenidos y consumirlos.

En definitiva, los negocios en Internet tienen barreras de entrada muchísimo menores y hoy todos lo vemos. Cualquiera de nosotros -ustedes con más razón, porque son personajes públicos-, con muy bajo costo, puede levantar contenidos de Internet y ponerlos a disposición de mucha gente. Por el contrario, cuando uno tiene que recurrir a un canal de televisión, integrado verticalmente, tiene que lograr la atención del canal para que incluya los contenidos en su grilla y eso es mucho más difícil. Lo que estoy diciendo es obvio; no es el descubrimiento de América

¿Y por qué pasó esto? Porque las telecomunicaciones trasmiten bits que hay que llevar de una punta de la red a la otra. Y si el bit es mi cara en una foto, un texto que escribí, o lo que sea, deberá ser transportado igual, de una punta a la otra, y tampoco importa quién lo trasmita. Esa lógica es la que hay que preservar y es lo que en el mundo se llama "neutralidad de Internet": o sea que el transmisor de datos es neutral respecto de lo que transmite. Si hubiera que regular algo sobre las comunicaciones en Internet, habría que regular precisamente la neutralidad: ese es el mensaje final.

Hay países que lo han hecho como, por ejemplo, Chile. ¿Qué es la neutralidad de Internet? Es eso de que el transportista de bits debería ser agnóstico respecto de lo que transmite, debería ser neutral frente a lo que va a transmitir de un lado al otro. Esto tiene muchas implicancias y complejidades para profundizar pero, en definitiva, uno podría decir que aquellos operadores de telecomunicaciones que operan servicios de datos sobre Internet, no deberían distinguir un contenido de otro a la hora de priorizarlo ni técnica, ni tarifariamente. Me parece que es importante preservar ese tema para el futuro: mantener esta característica abierta de Internet, que no está asegurada a largo plazo, en la medida en que aparecen grandes jugadores y grandes intereses económicos que, como es natural, tienden a integrarse verticalmente. Es decir: yo tengo un contenido muy valioso, con mucho público; tengo dinero, empiezo a construir mi propia red, y en ella comienzo a privilegiar esos contenidos. Esto no quiere decir que no pueda haber grupos económicos que

tengan transportistas y contenidos; lo que quiere decir es que esa separación de los negocios debe ser transparente, para que no haya privilegios sobre uno u otro, para que no haya filtraciones. Me refiero, por ejemplo, a que la señal que puso determinado canal de televisión en Internet -si el propietario de la red es el mismo- se vea mucho mejor que la que puse yo, por decirlo de una manera bien gráfica. Este problema se ha dado, con mayor o menor intensidad en el debate, en los países desarrollados que, más o menos, han terminado teniendo interregulaciones sobre esto. En la experiencia norteamericana se definió una primera política de neutralidad muy agresiva; después hubo que moderarla un poco; luego, algunos Jueces opinaron a favor, otros en contra. Recordemos que en el derecho sajón la jurisprudencia mandata a los que vienen después; en fin, hubo varias idas y vueltas, pero a esta altura se acepta que, por ejemplo Comcast, que es un cable operador grande de Estados Unidos, no puede privilegiar sus programas en Internet frente a los de los demás cuando uno conecta un Adsl o una banda ancha de Comcast en su casa.

Uno podría pensar que el tema no es tan grave en el Uruguay; de hecho, hasta ahora no lo ha sido. No es un asunto que nos esté preocupando que haya priorización indebida de unos contenidos sobre otros en Internet y no la hay. Pero no está mal dejar claro este tema porque, en algún momento, en el futuro a largo plazo puede pasar. Dado que los demás medios de a poco van decayendo -aunque la televisión pueda durar veinte años más- y este es el futuro, por qué no aprovechamos para asegurar lo que nos preocupa a todos, es decir por qué se da la concentración en los medios de comunicación. Se da por la lógica de los negocios aunque se trate de regular, en cambio en Internet no se ha dado. Entonces, tratemos de que todos tengamos libertad de levantar contenidos y para eso puede ser una buena oportunidad regular sobre la neutralidad.

Este es el resumen de mi planteo y quedo a las órdenes.

SEÑOR VERRI.- Pido disculpas por haber llegado unos minutos tarde.

A través del señor Senador Bordaberry presentamos en el Senado un proyecto de ley de neutralidad de la red que vamos a presentar en la Comisión y solicitaremos que se convoque al señor Ministro de Industria, Energía y Minería porque el compromiso que asumió en el Senado fue que eso estuviera incorporado al proyecto que estamos analizando. Sin embargo, no hay ningún artículo vinculado con nuestro proyecto de ley.

La pregunta es si el ingeniero Paganini conoce el proyecto y si es posible incorporar a este proyecto de ley parte de esa iniciativa, como forma de regular la neutralidad en la red. Estoy de acuerdo con que Internet no se puede regular, tal vez lo correcto sea garantizar la neutralidad.

SEÑOR PAGANINI.- Conocí el proyecto cuando fue presentado por primera vez. Considero que es un proyecto bastante claro en el sentido de garantizar la neutralidad y no profundiza más. Me parece que algo así es lo que hay que incorporar.

SEÑOR POSADA.- Quisiera saber qué ha pasado en el análisis comparativo con la evolución de la televisión abierta, la televisión por cable e Internet en la realidad del mundo de hoy. Me refiero sobre todo a cuál ha sido la evolución en los países desarrollados, cuál ha sido la óptica con que se analizaron estos temas y, fundamentalmente, si hay antecedentes de regulación en esa materia.

SEÑOR PAGANINI.- Hasta donde puedo decir -evidentemente el mundo es muy vasto y complejo- los mercados evolucionaron hacia las suscripciones, es decir, la televisión paga por cable, satélite y demás. El porcentaje de penetración es del orden del 60% en todo el mundo, es decir que la televisión abierta está quedando restringida.

Durante mucho tiempo y hasta el día de hoy la televisión sigue siendo la principal pantalla de atracción de la población. El promedio de horas por día es alto. A partir de la aparición de Internet, sobre todo en los últimos diez años, se irrumpió en el uso de la computadora y después de los smartphones y de las tabletas, comenzando a competir fuertemente con un porcentaje de crecimiento anual importante. Además, se empieza a dar la tecnología de videos por Internet que requirió ciertas condiciones técnicas que no estaban dadas al principio. Todos recordamos que en el año 2000 bajar una foto demoraba un rato por el tema de los anchos de banda, redes, etcétera. En cambio, hoy estamos acostumbrados a tener anchos de banda importantes que nos permiten ver contenidos de videos. Entonces, en las redes de datos el porcentaje de contenido de multimedia

es cada vez más fuerte. Esto hace que cada vez más la gente prefiera consumir a demanda y no con grilla fija. Esta tendencia de ver lo que quiero cuando quiero empieza a acelerarse en la medida en que mejora la tecnología y que los televisores incorporan Internet. Cada vez más va a utilizarse la oferta de información a demanda, que es bueno, porque quiere decir que tenemos más libertad y posibilidades de informarse.

Esto hace que se cuestionen los intentos de regular los contenidos. Es decir que debe haber determinado porcentaje de cierto tipo de programación, pero tal vez la gente esté mirando otra cosa. Esto cambia mucho la lógica de los negocios.

Algo que está pasando más lento de lo que parecía es que la televisión de cable y abierta no decae tan rápido sino que lo hace suavemente, en el orden del 1% por año en Estados Unidos, mientras hay un 20% de aumento de uso de contenidos de smartphones y un 10% en el uso de Internet wifi. Esta es la tendencia general, aunque es muy difícil de comparar porque se trata de contenidos multimedia.

En cuanto a la regulación, puedo decir que por suerte Internet se ha regulado muy poco y hubo muchas peleas, porque alguno de los grandes grupos intentaron cobrar distinto según quién mandaba el mensaje. Fue famosa la pelea entre Movistar y Google, ya que Movistar pretendía que si el dato venía de Google, esa empresa le pagara. Movistar decía que tenían el negocio arriba de su red y lo estaban haciendo ellos. En Europa hubo un intento de dar la razón a las grandes telefónicas, porque los contenidos mayormente están en otros lados y quedó en un bloqueo ya que no hay privilegio en las tarifas. Además, Google amenazó con armar su propia red y las cosas se neutralizaron. En Estados Unidos tiene fibra óptica propia y globos satelitales para probar trasmisiones en Internet. En estos casos pelean los medios del futuro con los operadores de telecomunicaciones. La diferencia es que los medios del futuro no son medios sino que son agregadores. Por ejemplo, Youtube es un agregador, porque la persona pone su película y otro la baja, es decir que Youtube no pone el contenido. Incluso, le encontraron la vuelta al modelo de la publicidad, porque al ser agregador tienen toda la publicidad y eso pega en el negocio de la televisión tradicional porque de a poco empieza a caer la facturación de la publicidad.

Describí todo esto para que se pueda ver que se trata de un negocio que está en pleno cambio y es bastante complejo saber cómo se puede regular.

Reivindico la neutralidad, porque si tenemos más libertades que antes, debemos conservarlas. Va a haber Facebook, Google, etcétera, van a hacer mucho dinero y va a haber nuevos oligopolios, pero serán más de la publicidad que de otra cosa, entonces no nos preocupa tanto.

SEÑOR BATTISTONI.- Estoy de acuerdo con lo que se manifestó en cuanto a Internet.

Como manifesté, toda nueva tecnología tiene un cierto entusiasmo generalizado y una especie de expectativa con respecto a cómo desplazará las antiguas tecnologías. Por eso me quiero agarrar de algo que intuyo: teniendo en cuenta que la televisión abierta cayó más levemente de lo que se pensaba, pienso que caerá pero llegará a un plató. Es probable que exista un mercado porque el tipo de producción de televisión abierta tiene algunos atractivos locales, territoriales o regionales, que no es a demanda, sino de oferta y, por lo tanto, vale la pena tenerlo en cuenta.

Esto también ocurrió con las expectativas respecto a la productividad que iba a tener Internet a mediados de los noventa, cuando no fue así; se esperó más de la tecnología de lo que esta podía dar.

SEÑOR TOLEDO ANTÚNEZ.- Complementando la pregunta del señor Diputado Battistoni, el ingeniero Paganini hizo referencia -y el señor Diputado Battistoni lo reiteró- a la leve caída que se está produciendo en países desarrollados, concretamente en Estados Unidos. Trasladando esa situación a la realidad de Uruguay, podría estimar en cuánto tiempo el uruguayo abandonaría los medios tradicionales para ingresar masivamente a ese sistema que se incorpora en la actualidad.

SEÑOR PAGANINI.- Eso ya está pasando; ya tenemos una penetración de Internet bastante parecida a la de los países desarrollados. Mucha de la información que maneja la gente -seguramente muchos de ustedes también- la sacan de Twitter, de los portales de los diarios y de los medios y no tanto de leer los diarios y escuchar la radio como antes. No digo que no lo haga, lo hace menos y bastante menos

respecto a los noticieros, porque además, se trasmiten en un horario fijo, cuando la gente no se encuentra en su casa porque está trabajando.

Para darles una idea, en 1991 en Estados Unidos el 68% de la gente miraba noticias en la televisión. En 2012, ese porcentaje se redujo al 55%. Estamos hablando de un período de aproximadamente veinte años y de una caída de trece puntos; no estamos hablando de una caída de 50 ni de 80 puntos, pero es una caída importante. Al mismo tiempo, hoy el 39% de la gente dice que se informa on- line y en forma digital, incluyendo el teléfono.

Para darles otra idea, la radio también cayó de 56% a 33%. Me refiero a información, noticias, no a programación en general o de entretenimiento. Esa tendencia lleva a pensar que tal vez haya un plató como dice el señor Diputado. No tengo la forma de saberlo, pero si uno mira lo que está ocurriendo en general en los países desarrollados, no hay una especie de abandono masivo de las suscripciones al cable, lo que se ha verificado es una pequeña caída. Tengo un estudio que más o menos dice eso. Lo que sí hay cada vez más es una competencia, y más fuerte aún -aunque todavía no aterrizó-, en la publicidad. Con esto quiero decir que, al mismo tiempo que la gente está mirando la televisión, también está mirando la pantalla de su tableta o computadora. Esto ocurre cada vez más frecuentemente. ¿Cuándo la persona deja de mirar la televisión? Cuando comienza a darse cuenta de que no vale la pena pagar la suscripción al cable o a determinada hora no le interesa la programación. Hoy estamos teniendo el "multiscreen", pero el problema es que en algún momento -ya está comenzando a ocurrir aquí, pero mucho más en otros países- la publicidad también "switchea" hacia el otro lado. Entonces, ahí hay un problema económico para el negocio del otro y eso es lo que termina precipitando los cambios más radicales. No quiere decir que no haya un nicho; puede ser que exista.

También está el problema ergonómico: es decir, cómo me gusta ver distintas cosas. Por ejemplo, cuando trabajo, miro la pantalla sentado en mi escritorio, cuando estoy en la calle, me manejo con una pantallita chica, pero cuando estoy en casa, quiero acostarme en el living y mirar una pantalla grande. En la situación actual, la pantalla grande es televisión clásica o el DVD que alquilé en el video club. Mientras esté cómodo en mi living voy a estar cómodo con mi pantalla grande y voy a seguir consumiendo el cable o la televisión abierta. Pero dentro de dos o tres años mi pantalla grande va a ser un "smart tv" enchufado a mi fibra óptica y con el control remoto voy a decidir de pronto mirar algo de Youtube que me contaron que está bueno. Entonces, de pronto llegue el momento que decida no pagar más la suscripción al cable porque no tiene sentido. Eso lo vamos a ver tardíamente. Tal vez, el problema de la televisión abierta sea distinto y será cuando pierda los auspiciantes publicitarios.

Todo esto es futurología para Uruguay, no tengo la bola de cristal, pero no creo que falten más de cinco o diez años para verificar estos problemas. Lo que sí es seguro es que esto en diez años puede ser muy distinto.

SEÑOR POSADA.- Si bien no tiene una relación directa con el tema que estamos tratando, es oportuno -porque importa también como información a manejar respecto al futuro- mencionar el tema de la televisión digital y cómo se entronca hacia el futuro y los problemas que tendremos que definir como país o Estado.

SEÑOR PAGANINI.- No voy a decir cosas que todos saben sobre la televisión digital, pero es un modelo de televisión abierta parecido al que hay actualmente en el sentido de que es un "broadcasting" que funciona a oferta y no a demanda. Todos sabemos que lo que hace la televisión digital es aprovechar la tecnología digital para mejorar la calidad de la imagen y comprimir el uso del espectro de los canales, permitiendo más canales; son las dos cosas que hace fuerte y claramente la televisión digital. Es una tecnología que ya tiene unos cuantos años y en algunos países donde se implementó tempranamente mejoró la calidad incrementalmente de la distribución de "broadcasting" y de paso liberó algunas áreas de los espectros para las nuevas redes de telefonía celular. El problema es que aquí está llegando bastante tarde. Tenemos una penetración de Internet muy alta, un medio competidor también digital, con una calidad cada vez mejor como para preguntarse cuánta gente va a aprovechar realmente la televisión digital. Además, hay otro problema: el público de televisión digital es el que no tiene cable; es digital abierta. El público que tiene cable mayormente se ha ido convirtiendo a la tecnología digital. Es decisión del proveedor de la televisión digital por cable ir modificando su tecnología. En la televisión digital abierta, la discusión es cómo se adjudican las licencias de los canales de aire, cómo se hace la transición. Uruguay está ante el problema de tomar decisiones sobre algo que

está afectando a un sector de la población que no va a poder pagar la reconversión fácilmente, a un sector de la población que no es el más atractivo para la publicidad y que además empieza a tener, como el resto de la población, un medio competidor. Es un dilema para el país porque estamos en esto; tal vez en 2000 no era tanto dilema pero no teníamos la capacidad de invertir. No me gustaría estar en sus zapatos.

El único valor agregado real que veo a la televisión digital es liberar el espectro para la cuarta generación de telefonía celular. Estamos hablando de un costo difícil de manejar, porque estamos pidiendo a unos que cubran lo que otros aprovecharán. Es complejo.

Además, está el tema de la televisión digital interactiva y al respecto, francamente soy muy crítico, porque no compite ni cerca con Internet, no va a tener futuro, porque en diez años todos los televisores estarán conectados a Internet. Entonces, no tendrá sentido tener una forma interactiva de mucho peor calidad para interactuar con el televisor, cuando hay una computadora o un "smartphone". No veo viable todo el asunto de la televisión digital interactiva, porque además hace falta una forma de conectarse para el otro lado, que requiere que por lo menos haya Internet o alguna otra opción más cruda.

También está la pseudo interactiva que mejor no la calificamos, que consiste en bajar un menú a la canalera para interactuar con él y no con el canal. Eso no tiene razón de ser.

La interactiva podría dar algún valor agregado, por ejemplo, en Italia, en épocas más crudas, ante un anuncio publicitario, aparecía un botón verde que presionándolo daba más información sobre ese producto. Era interesante, porque por ejemplo, cuando estaba terminando una novela, apretando un botón daban un extra, que lo habían recortado de la novela, mostrando por ejemplo, escenas que registraban "bloppers". Mejoraban un poco la experiencia, se podía comprar algo a través de la televisión digital interactiva, pero esas son cosas que hoy son muy naturales para todos, entonces, no hay demasiado interés. Por lo tanto, diría que en esto no gastemos mucho esfuerzo y con respecto a lo otro, tendrán que encontrar la forma.

SEÑOR PRESIDENTE.- Vamos a pedir al ingeniero Paganini que nos brinde los datos sobre el mercado europeo.

SEÑOR PAGANINI.- Aquí tengo un artículo de la Ericsson que tiene alguna información interesante sobre la evolución de los hábitos de televisión tradicional y a demanda en Europa y un artículo de "The Atlantic" que habla de las noticias que les comenté recién. Lo que pasa con este artículo es que tendría que haberlo impreso en color porque tiene algunas gráficas que no se van a entender; si quieren se lo puedo enviar vía mail.

SEÑOR PRESIDENTE.- Realmente, desde que empezamos el tratamiento de este tema, ha sido una preocupación la incorporación de internet al análisis de esta Comisión, por lo que hemos buscado referencias a nivel internacional con relación a las regulaciones en el plano que fuera a los efectos de tomarlas como dato. Sería importante -abusando de su generosidad- que el ingeniero Paganini nos proporcione pistas al respecto; podría colaborar con el trabajo de la Comisión tal vez incorporando elementos con los que hoy el proyecto de ley no cuenta. Consideramos importante que algo de ello pueda contener esta iniciativa para atender a esta nueva realidad que ya está ante nuestros ojos.

La Comisión de Industria, Energía y Minería le agradece su presencia.

Se levanta la reunión.